



O Planejamento Urbano e a Competitividade de Destinos Turísticos: uma análise desde a perspectiva do modelo de Dwyer e Kim

The Urban Planning and Competitiveness of Tourist Destinations: an analysis of the model Dwyer and Kim

El urbanismo y La Competitividad de Destinos Turísticos: un análisis desde la perspectiva del modelo Dwyer y Kim

Thays Cristina Domareski Ruiz¹
José Manoel Gândara²

Resumo

O estudo da competitividade vem sendo conduzido a partir de novos contextos, como por exemplo, o viés da competitividade de destinos turísticos, o que tem provocado significativas mudanças em termos de produção de conhecimento, mesclando áreas e proporcionando uma reflexão multidisciplinar. Este artigo tem como objetivo central analisar a relação entre o planejamento urbano e a competitividade de destinos turísticos desde a perspectiva do Modelo de Dwyer e Kim, contrastando diretamente estes dois conceitos atuais que se refletem no desenvolvimento das cidades, proporcionando uma reflexão sobre os temas. A metodologia do trabalho busca através do modelo de avaliação de competitividade de Dwyer e Kim (2003) e seus indicadores, determinar a relevância do planejamento urbano no desenvolvimento da competitividade nos destinos turísticos. O artigo identifica a influência e a relevância do planejamento urbano no desenvolvimento das cidades como destino turístico competitivo, através dos 42 indicadores presentes no modelo e que se relacionam diretamente com o planejamento urbano.

Palavras-Chave: desenvolvimento, planejamento urbano, competitividade, destinos turísticos.

Abstract

The concept of competitiveness has been widely explored in studies related to tourist destinations. This paper aims to analyze the relationship between urban planning and competitiveness of tourist destinations from the perspective of the model of Dwyer and Kim (2003), directly contrasting these two current concepts that are reflected in the development of cities. The methodology of this paper search through the model of Dwyer and Kim (2003) and its indicators, determine the relevance of urban planning in the development of competitiveness in tourist destinations. The paper identifies the influence and relevance of urban planning in the

¹ Doutoranda no Programa de Geografia da Universidade Federal da Paraná (UFPR). Brasil. E-mail: thaysdomareski@gmail.com.

² Professor e Pesquisador do Departamento de Turismo e da Pós-Graduação em Geografia da UFPR. Brasil. E-mail: jmgandara@yahoo.com.br.

development of cities as a competitive tourist destination, through the 42 indicators in the model that are directly related to urban planning.

Keywords: *tourism, tourist destinations, urban planning, competitiveness, development.*

Resumen

El concepto de competitividad ha sido ampliamente explorado en los estudios relacionados con los destinos turísticos. Este artículo tiene el objetivo analizar la relación entre la planificación urbana y la competitividad de los destinos turísticos desde la perspectiva del modelo de Dwyer y Kim (2003), que contrasta directamente estos dos conceptos actuales que se reflejan en el desarrollo de las ciudades, proporcionando una reflexión sobre los temas. La metodología busca por el modelo de evaluación de la competitividad de Dwyer y Kim (2003) y sus indicadores, determinar la relevancia de la planificación urbana en el desarrollo de la competitividad de los destinos turísticos. El artículo identifica la influencia y importancia de la planificación urbana en el desarrollo de las ciudades como un destino turístico competitivo, a través de los 42 indicadores en el modelo y que están directamente relacionados con el urbanismo.

Palabras clave: *turismo, destino turístico, planificación urbana, competitividade, desarrollo.*

1. Introdução

No presente estudo, considera-se a cidade como espaço urbano que pode ser analisado como forma espacial em suas conexões com estrutura social, processos e funções urbanas (CORREA, 1989).

A cidade, o espaço urbano, passa a integrar a paisagem geográfica enquanto parte necessária de um espaço social complexo e pleno de contradições que simultaneamente estimulam o desenvolvimento e reprodução das relações sociais de produção a nível geral, num movimento de construção de novos espaços e destruição/apropriação de espaços pretéritos (LIMONAD, 1999).

Nesse sentido, a globalização da economia e de todo o tipo de atividades e processos determinam as cidades como motor de desenvolvimento da humanidade, o que faz com que esse processo de crescimento das cidades se torne ainda mais complexo em função das condicionantes da globalização. Assim, a cidade, ou seja, o ambiente urbano limitado, ganha importância ao se tornar um ambiente simplificador e facilitador desse sistema. Nesse sentido, a globalização se

caracteriza como consequência do processo evolutivo da economia como um todo. (LOPES, 1998).

A globalização da sociedade e da economia gera a mundialização do espaço geográfico, carregando-o de novo significado (S. AMIN, 1980, p. 226). Na evolução da sociedade, cada um de seus componentes tem um papel diferente no movimento da totalidade, e o papel de cada um é diferente a cada momento (SANTOS, 1988).

Dessa forma, o crescimento e desenvolvimento das cidades, impulsionado pela globalização e competitividade da economia apresenta uma nova proposta de planejamento, mais urbano, mais específico, mais estratégico. E estas cidades, também caracterizadas de espaços urbanos, podem se tornar destinos turísticos.

Neste contexto, o turismo se torna uma alternativa econômica e por isso, necessita ser uma atividade produtiva contínua, geradora de renda, que se submete às leis econômicas e interfere nos diversos segmentos da economia, repercutindo acentuadamente e indiretamente em outras atividades produtivas através do seu efeito multiplicador. (BENI, 2002, p.65).

Em função dessa importância econômica em que o setor turístico se apresenta, a concorrência entre destinos aumenta em elevadas proporções, o que faz com os próprios destinos turísticos se diferenciem e se tornem cada vez mais atrativos (VALLS, 1996).

De toda forma, o objetivo central deste artigo é de verificar a relação e a influência entre o planejamento urbano e a competitividade de destinos turísticos, através da análise dos indicadores do modelo de avaliação de competitividade de Dwyer e Kim (2003). O que se pretende ressaltar com essas considerações é afirmar que na atualidade o turismo se insere na dinâmica do capitalismo globalizado, refletindo-o e reproduzindo-o. Isso significa dizer que o turismo surge juntamente às sociedades urbanas, e que seu conteúdo se alterou, conforme suas necessidades. (RODRIGUES, 1999; DUMAZEDIER 1999).

2. Planejamento Urbano

O planejamento é uma técnica aplicada ao território urbano que determina: organização espacial, social e ambiental a partir da necessidade de organização deste espaço dinâmico e em constante transformação. Souza (2005) resalta que planejar e gerir uma cidade não é planejar e gerir

apenas ou, sobretudo coisas (substrato espacial, mobiliário urbano etc.), mas sim planejar e gerir relações sociais (SOUZA, 2005, p. 178).

Assim, o planejamento é fundamentado por ações, projetos, estratégias e planos voltados para o futuro do qual sem a intervenção não se alcançaria um determinado resultado (RUSCHAMNN, 1997). E neste contexto, o planejamento do espaço urbano é responsável por todo o processo de idealização, criação e desenvolvimento de soluções que visam melhorar, revitalizar ou criar certos aspectos dentro de uma determinada área urbana ou região, tendo como objetivo principal proporcionar aos habitantes uma melhoria na qualidade de vida.

Todo o planejamento é pautado de ações relacionadas aos recursos, à infraestrutura, à gestão do município e à demanda. O planejamento urbano não deve ser pensado por uma visão estritamente física que priorize a ordenação do território, sua configuração arquitetônica, seus equipamentos coletivos, mas sim também, proporcionar um ambiente que possa possibilitar construir a cidadania em seus habitantes (BRASIL, 2001).

A legislação urbanística existe para se estabelecer limites às ações humanas que interferem no espaço urbano e na qualidade de vida na cidade. Essas ações estão relacionadas com as necessidades próprias de uma vida em um grande centro urbano, como moradia, trabalho, educação, saúde, locomoção, alimentação e lazer (CURITIBA, 2004).

Nesta proposta, o Plano Diretor é o instrumento básico da política de desenvolvimento do município. Sua principal finalidade é orientar a atuação do poder público e da iniciativa privada na construção dos espaços urbano e rural na oferta dos serviços públicos essenciais, visando assegurar melhores condições de vida para a população (BRASIL, artigo 40, 2001). E dessa forma, é plano, porque estabelece os objetivos a serem atingidos, o prazo em que estes devem ser alcançados [...], as atividades a serem executadas e quem deve executá-las. É diretor, porque fixa as diretrizes do desenvolvimento urbano do município (SILVA, 1995, p. 124).

E ainda, os Planos Setoriais (Mobilidade e Acessibilidade, Ocupação do Solo e Habitação de Interesse Social, Desenvolvimento Econômico, Desenvolvimento Social, Segurança e Defesa Social, Desenvolvimento Sustentável e Controle Ambiental) representam o ponto de partida para o desenvolvimento da cidade nos seus aspectos legislativos e instrumentais. As diretrizes e propostas apresentadas servirão como referência para o desenvolvimento gradual na legislação urbanística de Curitiba, sobretudo no planejamento urbano estratégico (CURITIBA, 2004).



O planejamento deveria possibilitar a inserção de uma ampla camada da população a melhores condições de vida e de segurança. Conforme assegura Sidenbladh (1972, p. 89), “o planejamento urbano moderno se inicia com a análise das funções econômicas da cidade”.

Assim, o planejamento do espaço urbano para o desenvolvimento do turismo se faz fundamental na medida em que a comunidade passa a depender economicamente desse setor, que encontra na sazonalidade um dos impactos mais problemáticos para a sustentabilidade da atividade. E dessa forma, consiste no ordenamento de medidas do sujeito sobre o espaço de modo a orientar o uso adequado de seus espaços, evitando os possíveis efeitos negativos da atividade turística, onde essa apropriação do espaço pelo turismo se dá por meio do próprio planejamento e pelo desenvolvimento de políticas públicas (SILVEIRA, 1997).

E então, governos nacionais, estaduais e locais, juntamente com uma considerável parcela de empresários e outros agentes econômicos, assimilaram o discurso que coloca o desenvolvimento do turismo como grande alternativa de política econômica (SILVEIRA apud RODRIGUES, p.91, 1999).

De acordo com os planos diretores e instrumentos de planejamento, pode ser confirmada esta relação entre o planejamento urbano e o turismo, suas influências e contribuições. Dessa forma, Scherer (2002) também aponta que não é de hoje que a paisagem urbanística é explorada para fins econômicos e como instrumento de venda de mercadorias de todo tipo. Neste sentido, a autora retrata as cidades como mercadorias que se vendem para eventos, negócios, turismo, espetáculos de massas, etc., e assim a paisagem urbanística é uma vez mais, por sua importância para o capital financeiro e não apenas para o setor de turismo, um elemento estratégico (SCHERER, 2002).

Assim, todo o processo de planejamento, a organização do espaço e o consequente estabelecimento de parâmetros sustentáveis passam a ser executados então, de acordo com as características ambientais, sociais e econômicas do local, num processo sistemático cujas fases impliquem no benefício da comunidade. Desta maneira, a gestão e o planejamento do turismo devem estar lado a lado para conduzir com o mínimo de conflito, a organização do território e o consequente impacto derivado e associado (HALL, 2001).

Neste sentido, o planejamento urbano assume um papel estratégico, onde o planejamento do espaço turístico se dá, via de regra, por meio de instrumentos de ordenamento do uso do solo,

como zoneamentos, planos diretores ou planos de manejo (CRUZ, 2000; SILVEIRA, 1997, 2002; e outros).

No entanto, o planejador deve compreender a dinâmica de cada um destes agentes no desenvolvimento do turismo, verificando, conforme Santos (1997), que o espaço deve ser analisado como um todo, e não fragmentado, verificando as inter-relações existentes entre as mesmas, o que exige deste profissional uma visão holística e integrada de todo o processo.

3. Competitividade de Destinos Turísticos

O conceito de competitividade tem sido um referencial teórico prioritário na literatura dedicada à estratégia, tanto no âmbito empresarial ou industrial, quanto na economia internacional, ou de destinos turísticos (PORTER, 1989; MATEUS *et al.*, 2005; EMBRATUR, 2011; FGV/MTUR/SEBRAE, 2008).

A competitividade de destinos turísticos pode ser definida, como um conceito multidimensional, que requer a superioridade em diversos aspectos para ser obtida. É um conceito dinâmico e para acompanhar o complexo processo concorrencial, os destinos turísticos são pressionados pelo desafio de se manterem competitivos frente ao mercado. Embora o conceito de competitividade seja mais simples de se compreender, quando se tenta estudar e medir a competitividade entre os destinos turísticos, fica claro o quão difícil é de defini-la (CROUCH; RITCHIE, 1999).

Dwyer e Kim (2003) afirmam que a competitividade de destinos está relacionada à habilidade de prover produtos e serviços melhores do que aqueles oferecidos por outros destinos turísticos nos aspectos que o turista aprecia e valoriza.

No quadro 01 são apresentados diferentes conceitos de competitividade, de diferentes períodos, confirmando que o conceito de competitividade é multidisciplinar.



Quadro 01 - Definições de Competitividade

Autores – Data	Conceito
Scott;Lodge (1985)	“A habilidade de uma nação em produzir e distribuir bens e serviços na economia internacional, de modo que também aumente o padrão de vida da população”.
Haguenauer (1989)	“A Competitividade é associada à capacidade de uma indústria de produzir bens com maior eficácia que os concorrentes no que se refere a preços, qualidade, tecnologia, estando relacionada às condições gerais ou específicas em que se realiza a produção da indústria vis a vis a concorrência”.
Porter (1990)	“O único conceito significativo de competitividade para uma nação é sua produtividade”.
Crouch;Ritchie (1999)	“Competitividade é a capacidade de agregar valor e, assim, aumentar a riqueza pela gestão de bens e processos através da integração dessas relações, dentro de um modelo econômico e social que leva em consideração o capital natural do destino e a sua preservação para as gerações futuras”.
Kozak;Rimmington (1999)	“Competitividade dos destinos turísticos constitui o elemento central do sistema turístico”.
Dwyer; Forsyth; Rao (2000)	“Competitividade de destinos é um conceito geral que abrange as diferenças de preço junto com os movimentos da taxa de câmbio, níveis de produtividade dos vários componentes da indústria turística, e fatores qualitativos que afetam a atratividade de um destino”.
D’hauteserre (2000)	“Competitividade é a capacidade do destino turístico de manter sua posição no mercado e aperfeiçoá-la através do tempo”.
Heath (2003)	“Competitividade é a habilidade de um destino turístico disponibilizar produtos e serviços melhores que outros destinos turísticos nos aspectos da experiência turística que são considerados importantes pelos turistas”.
Dwyer; Kim (2003)	“Competitividade é a habilidade relativa do destino de conhecer as necessidades e o perfil dos turistas, para fornecer serviços e bens melhores do que outros destinos semelhantes, nos aspectos verificados”.
Omerzel; Mihalic (2007)	“Competitividade de um destino turístico é a habilidade do país de criar valor adicionado e desta forma incrementar a saúde nacional pela gestão de ativos e processos, atratividade e proximidade”.

Fonte: elaborado pelos autores

A discussão em torno do tema competitividade de destinos turísticos reforça o conceito multifacetado da competitividade (DWYER; KIM, 2003). Neste contexto, de globalização e desenvolvimento, a competitividade pode ser entendida como a capacidade crescente de gerar negócios lucrativos nas atividades econômicas relacionadas, de forma sustentável, superior à concorrência, onde os conceitos de planejamento urbano e gestão seguem em paralelo para atingir o desenvolvimento.

Na competitividade de destinos turísticos geralmente não se apresenta o foco nos aspectos individuais dos produtos turísticos (recursos ambientais, transporte, serviços turísticos, hospitalidade, etc.), mas sim, no destino turístico integrado como componente do conjunto de facilidades (BUHALIS, 2000; RITCHIE; CROUCH, 2000).

O mercado está cada vez mais informado e exigente, o que para tornar-se competitivo mediante parâmetros de qualidade dos diversos elementos que compõe um destino turístico, se faz extremamente necessário desenvolver estratégias conjuntas e integradas entre os atores locais visando obter maior qualificação dos serviços, tanto na sua individualidade, quanto na avaliação do todo, do conjunto destino turístico (GÂNDARA, 2004). A competitividade tem, ao longo do tempo, assimilado novos paradigmas no que se refere à forma de avaliar os aspectos que tornam determinada empresa, instituição ou espaços, mais competitivos.

Limonad (1999) salienta que se, no capitalismo competitivo, pouca importância foi atribuída, ao contexto urbano, isto mudou de figura com a reprodução ampliada, globalização da economia e desenvolvimento do meio técnico-científico, que intensificou a concentração de capital nos centros industriais e criou uma pressão crescente por parte do capital e da força de trabalho por investimentos em infraestrutura, melhoria da habitação e serviços. Era necessário reorganizar o espaço urbano e tornar os sistemas urbanos eficazes tanto para implementar a acumulação de capital quanto para apaziguar a inquietação social. Neste sentido, o Estado desempenhou um papel chave no (re)planejamento das cidades e em sua adequação às novas necessidades que se antepunham ao desenvolvimento do capitalismo.

Evidencia-se então, que todo o processo de planejamento estimula a competição interurbana e um mercado de modelos de gestão, além de promover o desenvolvimento econômico local, pelo cumprimento de uma agenda “estratégica” com a qual possam assegurar a inserção competitiva de suas cidades (COMPANS, 1999).

Impulsionado pelo mercado de desenvolvimento e da globalização, o governo local apresenta tentativas de superar as restrições do planejamento convencional a fim de promover um plano de cidade visionário. O surgimento de um plano estratégico específico reflete esta mudança geral do planejamento da cidade no sentido de ser um importante instrumento para aumentar a competitividade econômica dos destinos turísticos (WU; ZHANG, 2007).

O conceito de competitividade urbana é geralmente definido como "a capacidade de uma economia (urbana) atrair e manter empresas com quotas de mercado estáveis ou crescentes de uma atividade ao mesmo tempo manter ou aumentar os padrões de vida para aqueles que participam dele" (SHEN, 2010).



No Brasil, desde 2006, se observa o governo desenvolvendo pesquisas e relatórios relacionados à competitividade de destinos turísticos. Desde 2007, na China, o chamado “plano conceito” (gainian guihua) ou plano estratégico urbano de desenvolvimento tem sido preparado para muitas cidades, este posicionamento do Estado reflete o esforço do mesmo para aumentar a competitividade econômica da região (WU; ZHANG, 2007).

Assim, é de fundamental importância que os destinos turísticos transformem-se em unidades integradas de planejamento e gestão, tendo como objetivo reunir diversas instituições e órgãos administrativos relacionados à atividade para a avaliação, planejamento e execução das decisões estratégicas de desenvolvimento (GÂNDARA, 2004).

Neste sentido, salienta Gândara (2004) que para a qualidade de destinos turísticos é necessária a articulação, ou seja, a integração e coordenação entre todos os elementos envolvidos (setores público e privado, turistas e comunidade local), bem como a democratização de equipamentos e serviços para turistas e para a população local.

Portanto, compreender os destinos turísticos como unidades integradas, pela característica multidisciplinar do fenômeno turístico, facilita o processo de planejamento turístico e urbano. E associando conceitos de planejamento urbano, gestão urbana, competitividade e desenvolvimento de maneira integrada, buscar-se-á conduzir as cidades para um futuro sustentável, o que significa neste caso “promover a produtividade no uso dos recursos ambientais e fortalecer as vantagens competitivas” (DURAZO, 1997, p.51).

A literatura da área vem desenvolvendo estudos que procuram compreender o momento do turismo, e ao mesmo tempo contribuir para o processo de gestão do destino turístico. O novo contexto do turismo globalizado se caracteriza por uma situação onde a competitividade do destino é cada vez mais importante para aquelas economias que dependem diretamente da atividade turística (TABERNER, 2007).

A utilização de indicadores para a avaliação da competitividade nos destinos turísticos tem sido recorrente, pois permitem informações consistentes sobre o destino e que podem posteriormente servir de auxílio na gestão do destino (PÉREZ; MESANAT, 2006). Neste sentido os modelos de avaliação de competitividade de destinos turísticos utilizam indicadores específicos em sua medição, cada modelo de acordo com suas características.

Dessa forma, a literatura reconhece seis modelos de avaliação de competitividade.

Dentre eles, o Modelo de Porter (1989) com a temática econômica e industrial, o Modelo Sistêmico do Instituto Alemão - Esser (1994), o Modelo de Crouch e Ritchie (1999) com uma abordagem conceitual, o Modelo Integrado de Dwyer e Kim (2003) com indicadores e variáveis, o Modelo de Heath (2003) e o Global Competitiveness Index³(2007) que é um índice de competitividade turística, elaborado pelo Fórum Econômico Mundial, e ainda relatórios brasileiros apenas com abordagens teóricas.

O modelo escolhido para a análise neste artigo foi o modelo proposto por Dwyer e Kim (2003), e se justifica por ser o precursor na utilização de indicadores em sua metodologia a fim de identificar e avaliar a competitividade no destino turístico, apesar de sua aplicação ser considerada complexa, pois se utilizam 150 indicadores.

4. Metodologia

Como a proposta do artigo é de relacionar as temáticas do planejamento urbano e a competitividade de destinos turísticos, utilizar-se-á o Modelo de Dwyer e Kim (2003), que apresenta em sua elaboração, 150 indicadores para a avaliação da competitividade de destinos turísticos. Assim, serão utilizados os indicadores pré-determinados pelo modelo para a verificação da relação entre as referidas temáticas.

Neste sentido, o estudo se caracteriza como exploratório sendo que a análise e a validação dos resultados se dará segundo Laville e Dionne (1999), por emparelhamento com a discussão conceitual realizada anteriormente no marco teórico. O uso do emparelhamento justifica-se, uma vez que o pesquisador buscou, a partir de uma abordagem teórica, compreender o fenômeno estudado. Contudo torna-se necessário que seja comprovada a associação entre teoria e realidade, garantindo-se a qualidade do estudo desenvolvido (KRIPPENDORFF, 1980; LAVILLE; DIONNE, 1999).

³ O relatório de Competitividade Global foi desenvolvido e publicado pela primeira vez em 2007 pelo WEF - Fórum Econômico Mundial. Este relatório é a principal publicação no Fórum Global de Competitividade da rede, que produz uma série de pesquisas que busca a integração e a complexidade do mundo da economia.

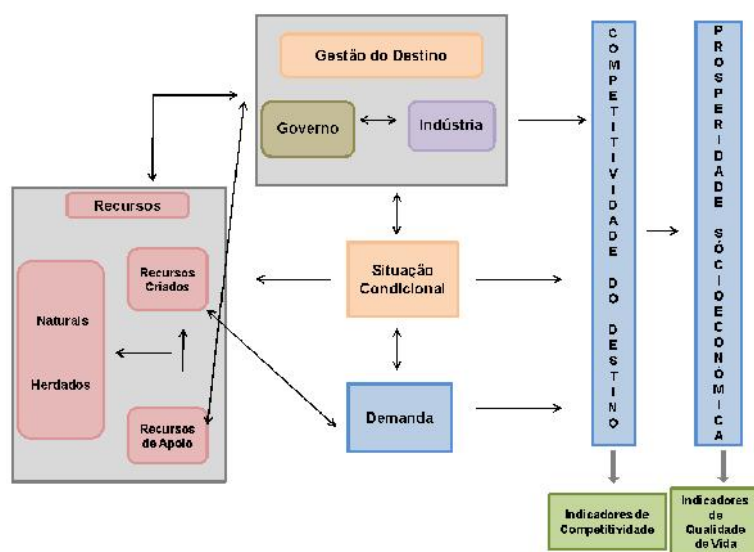
Desta forma, primeiramente identificou-se todos os determinantes, assim listou-se todos os indicadores relacionados a cada determinante separadamente, para posteriormente ser analisada a relação direta e/ou indireta com o planejamento urbano.

O modelo de Dwyer e Kim (2003) identifica determinantes-chave na avaliação da competitividade dos destinos turísticos, apresenta elementos integrados introduzindo alguns aspectos importantes na utilização dos indicadores, se denomina como sistêmico e apresenta diferentes elementos interligados e responsáveis por alguma dimensão da competitividade do destino turístico.

O modelo contempla quatro determinantes principais dispostos em quadrantes-chave, que seriam recursos, gestão do destino turístico, situação condicional e demanda. Estes determinantes se integram a fim de atingir a competitividade, porém o objetivo final seria a prosperidade socioeconômica do destino em questão.

Neste sentido, os determinantes selecionados por Dwyer e Kim (recursos dotados, criados, fatores de apoio, gestão do destino, condição situacional, fatores da demanda e indicadores de rendimento de mercado) de certa forma, estão relacionados ao planejamento, que por sua vez é uma ferramenta de gestão de destinos turísticos, focada na percepção do panorama atual em que a localidade se encontra, para guiar ao futuro desejado através dos próprios recursos.

Figura 01: Modelo de Dwyer e Kim, 2003.



Fonte: Dwyer e Kim, 2003.

Cada um destes determinantes propõe uma consideração específica em relação ao planejamento que irá se afirmar através dos 150 indicadores pré-determinados.

No modelo de Dwyer e Kim (2003), os autores propõe a união de elementos globais que influenciam na competitividade do destino turístico. É considerado integrado, pois configura as categorias de gerenciamento relacionadas tanto ao micro quanto ao macroambiente.

5. Apresentação e Análise dos Resultados

As tabelas propostas que são apresentadas a seguir são baseadas no modelo de avaliação de competitividade de Dwyer e Kim (2003), e listam os indicadores, seus determinantes e classificam a relação dos indicadores com o planejamento urbano, que posteriormente serão analisadas e relacionadas de acordo com os elementos do planejamento urbano como um todo. A determinação destes indicadores relacionados ao planejamento urbano foram baseadas e identificadas em análises de planos diretores.

Tabela 01: Recursos Dotados – Dwyer & Kim, 2003

Indicadores	Determinante	Indicadores que se relacionam com o Planejamento Urbano
Clima confortável para o turismo	Recursos dotados – Natural	
Saneamento/Limpeza	Recursos dotados – Natural	X
Maravilhas Naturais	Recursos dotados – Natural	
Flora e Fauna	Recursos dotados – Natural	
Natureza virgem	Recursos dotados – Natural	
Parques naturais / Reservas naturais	Recursos dotados – Natural	X
Sítios de patrimônio histórico cultural e museus	Recursos dotados – Herdados	X
Características artísticas e arquitetônicas	Recursos dotados – Herdados	X
Artes tradicionais	Recursos dotados – Herdados	
Variedade gastronômica	Recursos dotados – Herdados	
Recintos culturais – aldeias	Recursos dotados – Herdados	

Fonte: elaborado pelos autores

No determinante dos recursos dotados, são evidenciados quatro indicadores, sendo dois indicadores naturais (saneamento e limpeza e parques naturais), diretamente relacionados ao planejamento urbano no ponto de vista de organização da estrutura básica que não só beneficia os turistas, mas também toda a população.

E neste sentido essa relação de importância é evidenciada pelo Plano Nacional de Saneamento Básico que tem como objetivo a universalização dos serviços de saneamento básico e o alcance de níveis crescentes de saneamento básico no território nacional, observando a compatibilidade com os demais planos diretores e políticas da União (PLANSAB, 2008).

Llardent (1982, p. 50) retrata a história das funções urbanas desses espaços livres dizendo que: a cidade é um conjunto de elementos, sistemas e funções entrelaçados. E os parques estão diretamente relacionados por serem considerados área de lazer. Este é um marco concreto, onde deve contemplar a evolução dos espaços livres como um dos principais sistemas que formam o organismo urbano.

Sitte (1992, p. 167) destaca a importância dos espaços livres na grande massa de edifícios, pois as áreas verdes desempenham um papel importante no mosaico urbano, porque constituem um espaço no sistema urbano cujas condições ecológicas mais se aproximam das condições normais da natureza.

E dois indicadores herdados (sítios de patrimônio histórico e características arquitetônicas), que se relacionam diretamente com o planejamento urbano. Em relação aos indicadores dos recursos herdados a relação com o planejamento se confirma, pois o planejamento deve ser considerado em todos os aspectos: econômico, urbano, mas também social e cultural.

Neste sentido, o turismo urbano é um grande atrativo, com seus sítios de patrimônio histórico e características específicas arquitetônicas. Os sítios históricos, pela sua importância histórico-cultural, têm sido alvo de abordagens e ações de preservação e revitalização definidas no planejamento urbano das cidades. Neste sentido, a conservação urbana está associada não só a proteção do patrimônio, “[...] mas envolve questões de gestão mais amplas: coesão social, desenvolvimento econômico, necessidade de diversidade funcional, importância da identidade, etc. [...]” (PICKARD, 2001 apud VIEIRA, 2008, p.65). E este processo se torna um eixo estratégico entre o planejamento e o turismo na política de ordenamento do espaço, proporcionando um aumento da competitividade.

Tabela 02: Recursos Criados – Dwyer & Kim, 2003

Indicadores	Determinante	Indicadores que se relacionam com o Planejamento Urbano
Qualidade e variedade de hospedagem	Recursos criados - Infraestrutura turística	
Eficiência e qualidade dos aeroportos	Recursos criados - Infraestrutura turística	X
Informação Turística	Recursos criados - Infraestrutura turística	X
Eficiência e qualidade do transporte local	Recursos criados - Infraestrutura turística	X
Acessibilidade às áreas naturais	Recursos criados - Infraestrutura turística	X
Espaço para convenções e eventos (Capacidade e Qualidade)	Recursos criados - Infraestrutura turística	X
Qualidade e Variedade de serviços de alimentação	Recursos criados - Infraestrutura turística	
Baseados na água	Recursos criados – Série de atividades	
Baseados na natureza	Recursos criados – Série de atividades	
Atividades de aventura	Recursos criados – Série de atividades	
Instalações recreativas	Recursos criados – Série de atividades	X
Instalações esportivas	Recursos criados – Série de atividades	X
Variedade de artigos de compras	Recursos criados – Shopping	
Qualidade das instalações comerciais	Recursos criados – Shopping	
Qualidade dos artigos de compras	Recursos criados – Shopping	
Relação qualidade/preço dos artigos de compras	Recursos criados – Shopping	
Diversidade de experiências de compras	Recursos criados – Shopping	
Diversão / Parques temáticos	Recursos criados – Entretenimento	X
Qualidade e Variedade dos entretenimentos	Recursos criados – Entretenimento	
Vida noturna	Recursos criados – Entretenimento	
Eventos especiais e festivais	Recursos criados - Eventos especiais /festivais	

Fonte: elaborado pelos autores

No determinante dos recursos criados, oito indicadores se relacionam diretamente com o planejamento urbano. Ligados à infraestrutura cinco indicadores (eficiência e qualidade dos aeroportos, informação turística, transporte local, acessibilidade às áreas naturais, espaços para eventos), dois indicadores relacionados à série de atividades (instalações recreativas e esportivas), que podem ser praças, áreas de lazer, quadras de esportes subsidiados pela prefeitura, e ainda apresentam um indicador relacionado ao entretenimento (diversão e parques temáticos).

A infraestrutura turística, a série de atividades e o entretenimento estão relacionados a todo o sistema de planejamento, urbano e turístico. São elementos de extrema importância e relevância para o bem-estar do turista em seu período de estadia na localidade.

Neste sentido, a evolução da cidade corresponde a modificações quantitativas e qualitativas na gama de atividades urbanas e, conseqüentemente, surge a necessidade de adaptação tanto dos espaços necessários a essas atividades, como da acessibilidade desses espaços, e da própria infraestrutura que a eles serve (BRASIL, 2001).

De fato, o crescimento físico da cidade, resultante do seu crescimento econômico e demográfico, se traduz na expansão da área urbana através de loteamentos, conjuntos habitacionais, áreas de lazer, indústrias, shoppings centers, diversos equipamentos urbanos (BRASIL, 2001).

Tabela 03: Fatores de Apoio - Dwyer& Kim, 2003

Indicadores	Determinante	Indicadores que se relacionam com o Planejamento Urbano
Adequação da infraestrutura para satisfazer as necessidades dos visitantes	Fatores de apoio – Infraestrutura	X
Saúde – centros médicos para os turistas	Fatores de apoio – Infraestrutura	X
Instituições financeiras e câmbio	Fatores de apoio – Infraestrutura	
Sistema de telecomunicações para o turista	Fatores de apoio – Infraestrutura	X
Segurança para os turistas	Fatores de apoio – Infraestrutura	X
Sistema de transporte local	Fatores de apoio – Infraestrutura	X
Eliminação de resíduos	Fatores de apoio – Infraestrutura	X
Fornecimento de energia elétrica	Fatores de apoio – Infraestrutura	X
Empresas de hotelaria e turismo que têm bem definidos os padrões de funcionamento de prestação de serviços	Fatores de apoio – Qualidade dos Serviços	
Empresas com sistema para garantir ou monitorar a satisfação do visitante	Fatores de apoio – Qualidade dos Serviços	
Satisfação do visitante com qualidade de serviço	Fatores de apoio – Qualidade dos Serviços	
Apreciação da indústria com a qualidade do serviço	Fatores de apoio – Qualidade dos Serviços	
Desenvolvimento de programas de capacitação e melhora na qualidade do serviço	Fatores de apoio – Qualidade dos Serviços	
Velocidade / atrasos / imigração	Fatores de apoio – Qualidade dos Serviços	
Atitudes dos funcionários de imigração	Fatores de apoio – Qualidade dos Serviços	
Distância / Tempo de voo dos destinos emissores chave	Fatores de apoio – Acessibilidade ao destino	
Voos diretos e indiretos para o destino	Fatores de apoio – Acessibilidade ao destino	X

Custo / Facilidade para a obtenção de visto	Fatores de apoio – Acessibilidade ao destino	X
Facilidade de combinação de viagens com outros destinos	Fatores de apoio – Acessibilidade ao destino	X
Frequência e capacidade do transporte de acesso ao destino	Fatores de apoio – Acessibilidade ao destino	X
Cordialidade dos residentes com os turistas	Fatores de apoio – Hospitalidade	
Existência de programas de desenvolvimento da hospitalidade para os residentes	Fatores de apoio – Hospitalidade	
Apoio dos residentes ao turismo local	Fatores de apoio – Hospitalidade	
Facilidade de comunicação entre turistas e residentes	Fatores de apoio – Hospitalidade	
Relações comerciais com os principais mercados emissores de turistas	Fatores de apoio – Relações de Mercado	
Relações esportivas com os principais mercados emissores de turistas	Fatores de apoio – Relações de Mercado	
Laços étnicos com os principais mercados emissores de turistas	Fatores de apoio – Relações de Mercado	
Laços religiosos com os principais mercados emissores de turistas	Fatores de apoio – Relações de Mercado	
Extensão do investimento estrangeiro no turismo local	Fatores de apoio – Relações de Mercado	

Fonte: elaborado pelos autores

No determinante de fatores de apoio, onze indicadores se relacionam diretamente ao planejamento urbano. Em relação à infraestrutura sete indicadores se caracterizam (adequação da infraestrutura para satisfazer os visitantes, centros médicos para o turista, sistema de telecomunicação para o turista, segurança, transporte local, eliminação de resíduos e fornecimento de energia elétrica).

Toda a infraestrutura urbana pode ser conceituada como um sistema técnico de equipamentos e serviços necessários ao desenvolvimento das funções urbanas. Neste sentido, Souza (2005) ressalta que planejar e gerir uma cidade não é planejar e gerir apenas ou, sobretudo coisas (substrato espacial, mobiliário urbano etc.), mas sim planejar e gerir todas as relações sociais existentes no espaço urbano como um todo.

Em relação à qualidade dos serviços, nenhum indicador é relacionado. Na acessibilidade ao destino quatro indicadores sinalizam a relação (voos diretos e indiretos para o destino, custo e a facilidade do visto, facilidade de combinação de viagens à outros destinos (pacotes) e a frequência e a capacidade de transporte de acesso ao destino.

Em relação à hospitalidade e às relações de mercado nenhum indicador é relacionado. Neste determinante, elementos como infraestrutura, facilidades ao turista, acesso e custo são extremamente relevantes à competitividade do destino turístico que por sua vez se relacionam e determinam essa competitividade através do planejamento urbano, ações específicas e integradas de planejamento irão refletir nestes indicadores e que por sua vez impactarão diretamente na competitividade.

Tabela 04: Gestão do Destino - Dwyer& Kim, 2003

Indicadores	Determinante	Indicadores que se relacionam com o Planejamento Urbano
OMT atua como órgão coordenador para as organizações de turismo, público e privada	Gestão do Destino – Organização	
OMT representa efetivamente as opiniões de todos os agentes de turismo no desenvolvimento do turismo	Gestão do Destino – Organização	
OMT serve de ligação entre o setor privado e as políticas públicas, planejando e desenvolvendo o turismo	Gestão do Destino – Organização	X
OMT proporciona informações estatísticas como parte das políticas públicas, planejando e desenvolvendo o setor	Gestão do Destino – Organização	X
OMT monitora e avalia a natureza e os tipos de desenvolvimento de turismo	Gestão do Destino – Organização	X
Reputação da OMT	Gestão do Destino – Marketing	
Eficácia no posicionamento do destino	Gestão do Destino – Marketing	
Força / Clareza da imagem do destino	Gestão do Destino – Marketing	
Supervisão eficaz das atividades de comercialização dos destinos	Gestão do Destino – Marketing	
Efetivos pacotes de experiência do destino	Gestão do Destino – Marketing	
Vínculo entre o destino turístico e o trade	Gestão do Destino – Marketing	
OMT identifica os mercadores emissores e promissores	Gestão do Destino – Marketing	
OMT proporciona alianças estratégicas entre outras instituições	Gestão do Destino – Marketing	
Marketing do destino é baseado nos conhecimentos dos produtos concorrentes	Gestão do Destino – Marketing	
Ajustes entre os produtos do destino e as preferências dos visitantes	Gestão do Destino – Marketing	
Existência da visão de longo prazo para o desenvolvimento do turismo	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X
Visão do destino refletem os valores dos residentes	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X
A visão do destino reflete os valores dos interessados no turismo	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X

A política pública está de acordo com a visão oficial do destino	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X
O planejamento e o desenvolvimento estão de acordo com a visão do turismo	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X
O desenvolvimento do turismo se integra ao desenvolvimento industrial geral	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X
O desenvolvimento do turismo responde às necessidades dos turistas	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X
Medida em que os resultados da investigação são integrados em planejamento turístico e desenvolvimento	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X
Inventário	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X
Identificação dos seus maiores concorrentes e seus produtos	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X
Apoio da comunidade em eventos especiais	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X
Comprometimento do setor público para o turismo / hospitalidade e educação / treinamento	Gestão do Destino – Desenvolvimento de R.H	
Comprometimento do setor privado para o turismo / hospitalidade e educação / treinamento	Gestão do Destino – Desenvolvimento de R.H	
Formação / educação sensível às mudanças das necessidades do visitante	Gestão do Destino – Desenvolvimento de R.H	
Qualidade dos programas de turismo / hospitalidade / treinamento de formação	Gestão do Destino – Desenvolvimento de R.H	
O reconhecimento do setor público da importância do desenvolvimento do turismo sustentável	Gestão do Destino – Gestão Ambiental	X
O reconhecimento do setor privado da importância do desenvolvimento do turismo sustentável	Gestão do Destino – Gestão Ambiental	
Existência de leis e regulamentos que protegem o meio ambiente e o patrimônio	Gestão do Destino – Gestão Ambiental	X
Pesquisa e monitoramento dos impactos ambientais no turismo	Gestão do Destino – Gestão Ambiental	X

Fonte: elaborado pelos autores

No determinante gestão do destino dezessete indicadores são sinalizados confirmando a relação com o planejamento urbano. Em relação à organização três indicadores se apresentam (OMT serve de ligação entre o setor privado e as políticas públicas, planejando e desenvolvendo o turismo, OMT proporciona informações estatísticas como parte das políticas públicas, planejando e desenvolvendo o setor e a OMT monitora e avalia a natureza e os tipos de desenvolvimento de turismo).

A gestão do destino turístico como um todo apresenta relação direta com o planejamento urbano. Neste sentido, na organização do destino, as parcerias público-privadas se constituíram na forma encontrada pelas cidades, para enfrentar a competitividade global e garantir as condições para a atratividade do capital (ARANTES, 2000, apud MARICATO; FERREIRA, 2002). Neste

sentido, é desejável que o desenvolvimento local seja discutido, analisado e realizado no âmbito da sociedade local, através da participação direta dos cidadãos (SANT'ANNA, 2001, p.35).

Em relação a marketing nenhum indicador foi relacionado. Em relação a políticas, planejamento e desenvolvimento foram relacionados onze indicadores (existência da visão de longo prazo para o desenvolvimento do turismo, visão do destino refletem os valores dos residentes, visão do destino reflete os valores dos interessados no turismo, política pública está de acordo com a visão oficial do destino, planejamento e o desenvolvimento estão de acordo com a visão do turismo, desenvolvimento do turismo se integra ao desenvolvimento industrial geral, desenvolvimento do turismo responde às necessidades dos turistas, medida em que os resultados da investigação são integrados em planejamento turístico e desenvolvimento, inventário, identificação dos seus maiores concorrentes e seus produtos, apoio da comunidade em eventos especiais). Assim, a implementação de políticas torna-se, portanto, um processo de se manter o equilíbrio entre os vários objetivos, e não o de tentar maximizar qualquer um deles isoladamente, que vai culminar no desenvolvimento de uma ação (LICKORISH; JENKINS, 2000).

No desenvolvimento de recursos humanos nenhum indicador foi relacionado. Em gestão ambiental três indicadores se apresentam (reconhecimento do setor público da importância do desenvolvimento do turismo sustentável, existência de leis e regulamentos que protegem o meio ambiente e o patrimônio, pesquisa e monitoramento dos impactos ambientais no turismo). Dessa forma, considera Medauar (2002, p.16) que a implementação de uma política urbana hoje não pode ignorar a questão ambiental, sobretudo nas cidades de grande porte, onde adquirem maior dimensão os problemas relativos ao meio ambiente, como, por exemplo: poluição do ar, da água, sonora, visual, lixo, ausência de áreas verde.

De fato, existe a necessidade de se selecionar critérios e estratégias para elaboração dos instrumentos de planejamento local sustentável e assim obter uma análise ambiental, para se ter uma base para o ordenamento territorial e assim melhorar a formulação e aplicação de tais documentos de planejamento (PNUD, 1996).

Neste determinante vários indicadores foram selecionados, elementos da organização, marketing, políticas e meio ambiente. Toda a organização do destino turístico, identificação de público alvo, concorrentes, políticas, estratégias de marketing estão relacionados ao processo de planejamento e que bem orientadas e integradas refletirão em um destino mais competitivo.

Tabela 05: Condição Situacional – Dwyer & Kim, 2003

Indicadores	Determinante	Indicadores que se relacionam com o Planejamento Urbano
Meio empresarial nacional no destino	Condição Situacional - Entorno competitivo (micro)	
Gestão das capacidades das empresas de turismo	Condição Situacional - Entorno competitivo (micro)	
Nível de rivalidade competitiva entre as empresas (turismo interno)	Condição Situacional - Entorno competitivo (micro)	
Nível de cooperação entre as empresas do destino	Condição Situacional - Entorno competitivo (micro)	
Vínculo entre as empresas de turismo e hotelaria e de outras empresas	Condição Situacional - Entorno competitivo (micro)	
Qualidades empreendedoras dos agentes de turismo local	Condição Situacional - Entorno competitivo (micro)	
Acesso ao capital de risco	Condição Situacional - Entorno competitivo (micro)	
Ética entre as empresas de turismo	Condição Situacional - Entorno competitivo (micro)	
Empresas utilizam a tecnologia para garantir a vantagem competitiva	Condição Situacional - Entorno competitivo (micro)	
Exotismo da localização	Condição Situacional – Localização do Destino	
Proximidade de outros destinos	Condição Situacional – Localização do Destino	
Distância do maior mercado emissor	Condição Situacional – Localização do Destino	
Tempo de viagem a partir do maior mercado emissor	Condição Situacional – Localização do Destino	
Contexto global dos negócios	Condição Situacional – Entorno Global (macro)	
Estabilidade política	Condição Situacional – Entorno Global (macro)	
Meio legal e regulatório	Condição Situacional – Entorno Global (macro)	
Políticas governamentais para o desenvolvimento do turismo	Condição Situacional – Entorno Global (macro)	
Condições econômicas dos mercados de origem	Condição Situacional – Entorno Global (macro)	
Meio sociocultural	Condição Situacional – Entorno Global (macro)	
Investimentos para o desenvolvimento do turismo	Condição Situacional – Entorno Global (macro)	
Mudanças tecnológicas	Condição Situacional – Entorno Global (macro)	
Relação qualidade-preço do destino turístico	Condição Situacional – Preço Competitivo	
Taxas de câmbio	Condição Situacional – Preço Competitivo	
Preços das passagens de avião dos principais mercados de origem	Condição Situacional – Preço Competitivo	
Preços das hospedagens	Condição Situacional – Preço Competitivo	
Preços dos pacotes turísticos	Condição Situacional – Preço Competitivo	
Preço da viagem em relação aos destinos concorrentes	Condição Situacional – Preço Competitivo	
Nível de segurança do turista no destino	Condição Situacional – Segurança	X
Incidência de crime contra o turista no destino	Condição Situacional – Segurança	X

Fonte: elaborado pelos autores



No determinante condição situacional apenas dois indicadores se relacionam. Em relação à segurança (nível de segurança do turista no destino e incidência de crime contra o turista no destino).

A relação entre o uso do espaço e a percepção da segurança está amplamente evidenciada na literatura (TIESDELL, 1998; TIJERINO, 1988; FRANCIS, 1987; JACOBS, 1961), onde Tiesdell(1998) afirma que aumento da criminalidade em áreas urbanas tem induzido os cidadãos a considerar a segurança como uma questão importante.

Dessa forma, a segurança é um elemento de significativa relevância para o turista na escolha de um determinado destino turístico, e através do planejamento urbano e ações integradas podem garantir um destino turístico mais seguro.

Tabela 06: Fatores da Demanda - Dwyer& Kim, 2003

Indicadores	Determinante	Indicadores que se relacionam com o Planejamento Urbano
Consciência do destino	Fatores da Demanda	
Percepção do destino	Fatores da Demanda	
Preferência do destino	Fatores da Demanda	

Fonte: elaborado pelos autores

No determinante fatores da demanda, nenhum indicador se relaciona diretamente com o planejamento urbano.

Tabela 07: Indicadores de Rendimento de Mercado - Dwyer& Kim, 2003

Indicadores	Determinante	Indicadores que se relacionam com o Planejamento Urbano
Número de visitantes estrangeiros	Indicadores de Rendimento de Mercado – Estatísticas dos visitantes	
Crescimento da taxa de visitantes estrangeiros	Indicadores de Rendimento de Mercado – Estatísticas dos visitantes	
Cota dos mercados do destino – mundial, regional	Indicadores de Rendimento de Mercado – Estatísticas dos visitantes	
Mudanças nas cotas de mercado	Indicadores de Rendimento de Mercado – Estatísticas dos visitantes	
Média de permanência	Indicadores de Rendimento de Mercado – Estatísticas dos visitantes	
Taxa de retorno ao destino	Indicadores de Rendimento de Mercado – Estatísticas dos visitantes	
Gastos dos visitantes estrangeiros	Indicadores de Rendimento de Mercado – Estatísticas dos visitantes	
Crescimento da taxa de gastos dos visitantes estrangeiros	Indicadores de Rendimento de Mercado – Estatísticas dos visitantes	
Porcentagem dos gastos totais no destino em turismo – mundial, regional	Indicadores de Rendimento de Mercado – Estatísticas dos visitantes	



Cambio nas porcentagens de gastos	Indicadores de Rendimento de Mercado – Estatísticas dos visitantes	
Divisas de turismo como porcentagem do total das exportações	Indicadores de Rendimento de Mercado – Estatísticas dos visitantes	
Contribuição do turismo em valor agregado	Indicadores de Rendimento de Mercado – Contribuição do turismo para economia	
Turismo interno	Indicadores de Rendimento de Mercado – Contribuição do turismo para economia	
Turismo internacional	Indicadores de Rendimento de Mercado – Contribuição do turismo para economia	
Contribuição do turismo em empregos (números absolutos; porcentagem de emprego total e a taxa de crescimento)	Indicadores de Rendimento de Mercado – Contribuição do turismo para economia	
Produtividade dos setores na indústria do turismo	Indicadores de Rendimento de Mercado – Contribuição do turismo para economia	
Total de níveis de emprego	Indicadores de Rendimento de Mercado – Prosperidade Econômica	
Taxa de crescimento econômico	Indicadores de Rendimento de Mercado – Prosperidade Econômica	
Renda per capita	Indicadores de Rendimento de Mercado – Prosperidade Econômica	
Investimento nacional no turismo	Indicadores de Rendimento de Mercado – Investimento em turismo	
Investimento estrangeiro no turismo	Indicadores de Rendimento de Mercado – Investimento em turismo	
Investimento no turismo como porcentagem total do investimento na indústria (tendência)	Indicadores de Rendimento de Mercado – Investimento em turismo	
Índice agregado pela competitividade de preços	Indicadores de Rendimento de Mercado – Índice de Competitividade de Preços	
Por propósito de viagem	Indicadores de Rendimento de Mercado – Índice de Competitividade de Preços	
Por setor de turismo	Indicadores de Rendimento de Mercado – Índice de Competitividade de Preços	
Orçamento do Ministério do Turismo	Indicadores de Rendimento de Mercado – Apoio Governamental ao turismo	
Orçamento da OMT	Indicadores de Rendimento de Mercado – Apoio Governamental ao turismo	
Gasto com o marketing do destino (comparação com os concorrentes)	Indicadores de Rendimento de Mercado – Apoio Governamental ao turismo	
Apoio à indústria de transportes	Indicadores de Rendimento de Mercado – Apoio Governamental ao turismo	
Programas industriais pelo acesso da indústria do turismo	Indicadores de Rendimento de Mercado – Apoio Governamental ao turismo	
Benefícios Fiscais	Indicadores de Rendimento de Mercado – Apoio Governamental ao turismo	
Subsídios da indústria	Indicadores de Rendimento de Mercado – Apoio Governamental ao turismo	
Assistência na comercialização de exportações	Indicadores de Rendimento de Mercado – Apoio Governamental ao turismo	
Habilidades profissionais de educação – Treinamento para o turismo	Indicadores de Rendimento de Mercado – Apoio Governamental ao turismo	

Fonte: elaborado pelos autores

No determinante, indicadores de rendimento de mercado, nenhum indicador se relaciona diretamente ao planejamento urbano.

E desta forma, pode ser observada na tabela abaixo a relação dos indicadores com o planejamento urbano, de acordo com o modelo de avaliação de competitividade de Dwyer e Kim, (2003) – The Integrate Model. Os indicadores assinalados estão diretamente relacionados ao planejamento, por serem elementos urbanos que fazem parte das propostas estratégicas de desenvolvimento existentes nos planos diretores.

Tabela 08: Indicadores relacionados ao Planejamento Urbano - Dwyer& Kim, 2003

Indicadores	Determinante	Indicadores que se relacionam com o Planejamento Urbano
Saneamento/Limpeza	Recursos dotados – Natural	X
Parques Naturais / Reservas Naturais	Recursos dotados – Natural	X
Sítios de patrimônio histórico cultural e museus	Recursos dotados – Herdados	X
Características artísticas e arquitetônicas	Recursos dotados – Herdados	X
Informação Turística	Recursos criados - Infraestrutura turística	X
Eficiência e qualidade do transporte local	Recursos criados - Infraestrutura turística	X
Acessibilidade às áreas naturais	Recursos criados - Infraestrutura turística	X
Espaço para convenções e eventos (Capacidade e Qualidade)	Recursos criados - Infraestrutura turística	X
Instalações recreativas	Recursos criados – Série de atividades	X
Instalações esportivas	Recursos criados – Série de atividades	X
Diversão / Parques Temáticos	Recursos criados – Entretenimento	X
Adequação da infraestrutura para satisfazer as necessidades dos visitantes	Fatores de apoio – Infraestrutura	X
Saúde – centros médicos para os turistas	Fatores de apoio – Infraestrutura	X
Sistema de telecomunicações para o turista	Fatores de apoio – Infraestrutura	X
Segurança para os turistas	Fatores de apoio – Infraestrutura	X
Sistema de transporte local	Fatores de apoio – Infraestrutura	X
Eliminação de resíduos	Fatores de apoio – Infraestrutura	X
Fornecimento de energia elétrica	Fatores de apoio – Infraestrutura	X
Voos diretos e indiretos para o destino	Fatores de apoio – Acessibilidade ao destino	X
Custo / Facilidade para a obtenção de visto	Fatores de apoio – Acessibilidade ao destino	X
Facilidade de combinação de viagens com outros destinos	Fatores de apoio – Acessibilidade ao destino	X
Frequência e capacidade do transporte de acesso ao destino	Fatores de apoio – Acessibilidade ao destino	X
OMT serve de ligação entre o setor privado e as políticas públicas, planejando e desenvolvendo o turismo	Gestão do Destino – Organização	X
OMT proporciona informações estatísticas como parte das políticas públicas,	Gestão do Destino – Organização	X



planejando e desenvolvendo o setor		
OMT monitora e avalia a natureza e os tipos de desenvolvimento de turismo	Gestão do Destino – Organização	X
Existência da visão de longo prazo para o desenvolvimento do turismo	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X
Visão do destino refletem os valores dos residentes	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X
A visão do destino reflete os valores dos interessados no turismo	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X
A política pública está de acordo com a visão oficial do destino	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X
O planejamento e o desenvolvimento estão de acordo com a visão do turismo	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X
O desenvolvimento do turismo se integra ao desenvolvimento industrial geral	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X
O desenvolvimento do turismo responde às necessidades dos turistas	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X
Medida em que os resultados da investigação são integrados em planejamento turístico e desenvolvimento	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X
Inventário	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X
Identificação dos seus maiores concorrentes e seus produtos	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X
Apoio da comunidade em eventos especiais	Gestão do Destino – Políticas Planejamento Desenvolvimento	X
O reconhecimento do setor público da importância do desenvolvimento do turismo sustentável	Gestão do Destino – Gestão Ambiental	X
Existência de leis e regulamentos que protegem o meio ambiente e o patrimônio	Gestão do Destino – Gestão Ambiental	X
Pesquisa e monitoramento dos impactos ambientais no turismo	Gestão do Destino – Gestão Ambiental	X
Nível de segurança do turista no destino	Condição Situacional – Segurança	X
Incidência de crime contra o turista no destino	Condição Situacional – Segurança	X

Fonte: elaborado pelos autores

Através do modelo de Dwyer e Kim (2003) se esclarece que a competitividade dos destinos turísticos dependem tanto da administração, como da conjuntura ambiental e das condições da demanda, e na tabela 08 constam os indicadores que confirmam a proposta do artigo.

Neste sentido, o próprio planejamento urbano deve compreender que “o espaço urbano constitui-se, portanto, em um conjunto de diferentes usos da terra (comerciais, de serviços, industriais, residenciais, de lazer, turísticos, etc.) justapostos entre si, o que retrata e configura um espaço fragmentado” (SIVIERO, 2004, p.17).



Assim, segundo o modelo de avaliação de competitividade desenvolvido por Dwyer e Kim (2003), 42 dos 150 indicadores se relacionam direta ou indiretamente com o planejamento urbano, que por sua vez se relaciona com o destino turístico. Isto significa que 28% dos indicadores confirmam esta relação. E que estes indicadores aparecem em 5 dos 7 determinantes propostos pelo modelo.

Estes 42 aspectos urbanos estão entre os determinantes: Recursos dotados – Naturais e Herdados; Recursos criados – infraestrutura turística, série de atividades e entretenimento; Fatores de apoio – infraestrutura e acessibilidade ao destino; Gestão do destino – Organização, Políticas Planejamento Desenvolvimento e Gestão Ambiental e Condição Situacional – Segurança. Assim, estes 42 indicadores estão diretamente relacionados ao planejamento urbano e inclusive seus elementos constam em documentos de planejamento, como plano diretor (DWYER E KIM, 2003).

6. Considerações Finais

Portanto, pode ser observado nas tabelas de 01 a 08 que os aspectos e elementos do planejamento urbano estão presentes nos indicadores do Modelo de Dwyer e Kim (2003), e estão diretamente relacionados à temática da competitividade de destinos turísticos, pois estes elementos participam diretamente das diretrizes metas e planos do desenvolvimento do próprio destino, sendo base para nortear a estratégia do destino turístico.

Corroborando com esta consideração, segundo Hague (2008), na Europa, as preocupações com a competitividade global e desenvolvimento sustentável estão impulsionando a mudança na percepção da natureza e na prática do próprio planejamento urbano. [...] Ações estão se desenvolvendo em torno da integração da política em diferentes escalas espaciais para se alcançar a competitividade e uma coesão territorial.

Segundo Oliveira (2001), quando a cidade é construída com base em um planejamento urbanístico, possibilita investimentos em setores como os da cultura, esporte, lazer, educação, meios de transporte e abastecimento, além de grandes investimentos, dos gestores, a fim de criar uma imagem positiva da cidade e elevá-la ao *status* de modelo de urbanismo, dentre outros (OLIVEIRA, 2001; RECHIA, 2003).



A questão da competitividade está se tornando um imperativo importante para o planejamento da cidade. O objetivo de criar um plano estratégico não é para controlar o desenvolvimento, mas sim promover o desenvolvimento urbano (WU; ZHANG, 2007). Nesse sentido, pode ser confirmada a relação cada vez mais próxima e de significativa importância entre as temáticas de planejamento urbano e competitividade de destinos turísticos.

Referências

- ARANTES, O. *Uma estratégia fatal: a cultura nas novas gestões urbanas*. In: Arantes, O.; Vainer, C.B. e Maricato, E. (orgs.). *A cidade do pensamento único: desmanchando consensos*. Petrópolis, Vozes, p.11-74. 2000.
- BRASIL. *Estatuto da Cidade: guia para implementação pelos municípios e cidadãos*. Brasília: Câmara dos Deputados, Coordenação de Publicações, 2001.
- BENI, M. C. *Análise Estrutural do Turismo*. 8 ed. São Paulo: Editora Senac. 2002.
- BORJA, J. & CASTELLS, M. *As cidades como atores políticos*. *Revista Novos Estudos*. São Paulo, Cebrap, n.45, jul, p.152-166. 1996.
- BUHALIS, D. *Marketing the Competitive Destination of the Future*. Tourism Research. 2000.
- CROUCH, G.I.; RITCHIE, J.R. BRENT. *The competitive destination: A sustainability perspective*. Tourism Management, v.21, n.1, p.1-7. 2000.
- CORRÊA, R. L. *O Espaço Urbano*. São Paulo: Ática. 1989.
- COMPANS, R. *O Paradigma das Global Cities nas estratégias de desenvolvimento local*. In: Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais. Campinas, n1. 1999.
- D'HAUTESERRE, A.-M. *"Lessons in managed destination competitiveness: the case of Foxwoods casino resort"* en Tourism Management, v.21, no1, p.23-32. 2000.
- DUMAZEDIER, J. *Sociologia empírica do lazer*. São Paulo: Perspectiva. 1999.
- DURAZO, E. P. *Desarrollos sustentable de las ciudades*. *Ciudades*, México, n.34, p.51. 1997.
- DWYER, L., LIVAIC, Z., MELLOR, R. *Competitiveness of Australia as a Tourist Destination*, Journal of Hospitality and Tourism Management, v.10, n.1, p.60-78. 2008.
- DWYER, L.; FORSYTH, P.; RAO, P. *The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations*, Tourism Management 21, p. 9-22. 1999.
- DWYER, L.; KIM, C. *Destination Competitiveness: Determinants and Indicators*. Current Issues in Tourism, v.6, p. 369-414, 2003.
- EMBRATUR. *Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica*. 2011. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br>>. Acesso em: 20 ago 2011.
- FRANCIS, M. *Urban Open Spaces*. In: Advances in Environment, Behaviour and Design. New York, Plenum Press, p.71-102. 1987.
- GÂNDARA, J. M. G. *La Calidad y La Competividad de los destinos turísticos urbanos*. Turismo Visão e Ação (Itajaí), v. 6, p. 69-93. 2004.



- HALL, C. M. *Planejamento Turístico: políticas, processos e planejamentos*. São Paulo: Contexto. 2001.
- HAGUE, C. *How cities are changing and the implications of those changes for urban planning*. Boletim de la A.G.E. N.º 46. 2008.
- HAGUENAUER, L. “*Competitividade: Conceitos e Medidas*”, UFRJ/IEI, Rio de Janeiro. 1989.
- HEATH, E. “*Towards a model to enhance destination competitiveness: a South Africa perspective*”. Journal of Hospitality & Tourism Management, v. 10, no 2, p.124-141. 2003.
- KRIPPENDORFF, K. *Content analysis: an introduction to its methodology*. London: Sage Publications. 1980.
- KOZAK, M.; RIMMINGTON, M. “*Measuring tourist destination competitiveness conceptual considerations and empirical findings*”. Hospitality Management, v.18, p.273-283. 1999.
- LAVILLE, C.; DIONNE, J. *A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas*. Porto Alegre: Artmed; Belo Horizonte: UFMG. 1999.
- LLARDENT, L. R. *A Zonas verdes y espacios libres en la ciudad*. Madrid: Closas. Orcuyen. 1982.
- LIMONAD, E. *Reflexões sobre o Espaço, o Urbano e a Urbanização*. Universidade Federal Fluminense. GEOgraphia, V.1, N1. 1999.
- LICKORISH, L. J.; JENKINS, C. L. *Introdução ao turismo*. Rio de Janeiro: Campus. 2000.
- LOPES, R. *A Cidade Intencional: o planejamento estratégico das cidades*. Rio de Janeiro, 2 ed. 1998.
- MATEUS, A. et al. *As grandes questões conceituais e metodológicas*. In: *Competitividade territorial e coesão econômica e social*. Lisboa, Portugal: Augusto Mateus e Associados, v.1, 15-99. 2005.
- MEDAUAR, O. *Estatuto da Cidade. Lei 10.257, de 10.07.2001. Comentários*. MEDAUAR, Odete & ALMEIDA, Fernando Dias Menezes de (Coord.), São Paulo: Revista dos Tribunais. 2002.
- MINISTÉRIO DAS CIDADES. *Plano Nacional de Saneamento Básico*. Brasília. 2008.
- OLIVEIRA, I. C. E. *Estatuto da cidade; Para compreender...* Rio de Janeiro: IBAM/DUMA. 2001.
- OMT. *Organização Mundial do Turismo*. Disponível em: <<http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>> Acesso em: 03 mar 2009.
- OMERZEL, D.; MIHALIC, T. Destination Competitiveness – Applying different models, the case of Slovenia, Tourism Management v.29, p.294-307. 2007.
- PNUD. *Relatório de Desenvolvimento Humano 1996*. Nova Iorque. Oxford University Press. 2006.
- PÉREZ, A. S. & MESANAT, G. *Qué indica un indicador? Análisis comparativo en los destinos turísticos*. Revista de análisis turístico, AECIT – Asociación Española de expertos científicos en turismo, n.2, p. 69-75. 2006.
- PORTER, M. *Vantagem Competitiva*, 18 ed, Rio de Janeiro, Campus. 1989.
- RECHIA, S. *Parques públicos de Curitiba: a relação cidade-natureza nas experiências de lazer*. Tese (Doutorado em Educação Física) - Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas, Campinas. 2003.
- RODRIGUES, A. *Turismo e Espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar*. São Paulo: Hucitec. 1999.
- SANT’ANNA, D. G. *Gestão participativa para um turismo sustentável: o caso da costa do descobrimento*. Salvador: Secretaria da Cultura e Turismo. 2001.



- SANTOS, M. *Metamorfoses do Espaço Habitado - Fundamentos Teórico e Metodológico da Geografia*. São Paulo: Ed. Hucitec. 1988.
- SANTOS, M. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. 2ª ed. São Paulo: HUCITEC. 1997.
- SCHERER, R. *Paisagem urbanística, urbanização pós-moderna e turismo*. In: YÁZIGI, Eduardo. *Turismo e paisagem*. São Paulo: Contexto, p. 83-106. 2002.
- SCOTT B.; LODGE G. (eds.) *"US Competitiveness and the World Economy"*. Harvard Business School Press, Boston, Mass. 1985.
- SIDENBLADH, G.(org.). *Cidades: a urbanização da humanidade*. In: *Estocolmo: uma cidade planejada*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar editores. 1972.
- SILVA, J. A. *Direito urbanístico brasileiro*. São Paulo: Malheiros. 1995.
- SITTE, C. *A construção das cidades segundo seus princípios artísticos*. Tradução Ricardo Ferreira Henrique. São Paulo: Ática. 1992.
- SIVIERO, A. P. *Os elementos do espaço turísticos urbanos no processo de planejamento: uma análise da área central de Curitiba*. Dissertação (Mestrado em Geografia) – UFPR – Curitiba. 2004.
- SILVEIRA, MARCOS A. T. da. *Turismo, políticas de ordenamento territorial e desenvolvimento: Um foco no Estado do Paraná no contexto regional*. Tese de Doutorado. São Paulo: FFLCH/ USP, 2002.
- SHEN, X. *Urban Core Competitiveness: Evaluation and Track by GPCA*. School of Management. China p.32-36. 2010.
- SOUZA, M. L. de. *ABC do desenvolvimento urbano*. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand. 2005.
- TABERNER, J.G. *Measuring destination competitiveness: na exploratory study of the Canaries, mainland Spain, France, the Balearics and Italy*. Tourism Today. 2007.
- TIESDELL, S & T OC. *Beyond "fortress" and "panotic" cities. Towards a safer urban public realm*. In: Environmental and Planning B, vol 2 p.639 – 655. 1998.
- VALLS, Josep Francesc. *Las claves del mercado turístico: cómo competir en el nuevo entorno*. Bilbao: Deusto. 1996.
- WU, F. & ZHANG, J. *Planning the Competitive City-Region - The Emergence of Strategic Development Plan in China*. Urban Affairs Review V. 42 N. 5 P. 714-740. 2007.

Recebido em: 20/11/2012

Aprovado em: 19/02/2013